

VU Research Portal

Gedragseffecten van de Geefwet

Bekkers, R.H.F.P.; Mariani, E.E.

published in

Weekblad voor privaatrecht, notariaat en registratie
2012

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

Bekkers, R. H. F. P., & Mariani, E. E. (2012). Gedragseffecten van de Geefwet. *Weekblad voor privaatrecht, notariaat en registratie*, 143(6917), 133-139.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

Gedragseffecten van de Geefwet

Auteur: Dr. R. Bekkers , Universitair hoofddocent Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam. (r.bekkers@vu.nl); Mw. mr. E.E. Mariani , Promovenda bij de Afdeling Notarieel en fiscaal recht, Vrije Universiteit Amsterdam. (e.e.mariani@vu.nl)

Rubriek: Artikel

Publicatie: WPNR Weekblad voor Privaatrecht, Notariaat en Registratie

Editie: 2012, 6917

Publicatiedatum: 08-02-2012

Uitgever: Koninklijke Notariële Beroepsorganisatie

1. Inleiding

Deze bijdrage gaat over de gedragseffecten van de Geefwet. De Geefwet kan niet alleen het gedrag beïnvloeden van Nederlanders die giften doen of deze overwegen te doen, maar ook het gedrag van algemeen nut beogende organisaties die afhankelijk zijn van giften. In deze bijdrage beantwoorden we drie soorten vragen over de gedragseffecten van de Geefwet op belastingplichtigen en algemeen nut beogende organisaties (voortaan ANBI's genoemd). Dit zijn vragen over *volume-effecten* (zal het totale geefgedrag in Nederland toenemen? Zo ja, met hoeveel?), over *verdringingseffecten* (gaan Nederlanders minder geven aan andere doelen als ze meer gaan geven aan culturele instellingen waarvoor een verhoogde aftrekbaarheid geldt? Zo ja, hoeveel minder?), en over *organisatie-effecten* (welke strategieën kunnen ANBI's toepassen om meer giften te verkrijgen? Welke effecten zijn van deze strategieën te verwachten?).¹

We gaan in deze bijdrage allereerst kort in op de belangrijkste aspecten van de Geefwet die van belang zijn voor de gedragseffecten. Vervolgens bespreken we kort enkele theorieën over gedragseffecten en de inzichten uit empirisch onderzoek naar gedragseffecten van wijzigingen in de kosten van geefgedrag. We concluderen onze bijdrage met een samenvattende vooruitblik naar de gedragseffecten van de Geefwet.

2. Aspecten van de Geefwet die gedragseffecten bepalen

Voor een beschrijving van de belangrijkste punten van de Geefwet verwijzen we naar de andere bijdragen in dit themanummer. We noemen hier slechts enkele veranderingen die van belang zijn voor de effecten op het geefgedrag in Nederland:

1. De wet onderscheidt een specifieke categorie ANBI's, namelijk culturele instellingen. Giften aan deze categorie ANBI's noemen we in deze bijdrage 'culturele giften';
2. De wet geeft geen scherpe definitie van culturele instellingen;
3. De wet maakt culturele giften in de inkomstenbelasting (IB) verhoogd aftrekbaar (met een 'multiplier' van 1,25), tot een maximum van € 5.000. Giften die daarboven uit gaan blijven aftrekbaar tegen het marginale belastingtarief;
4. De wet maakt culturele giften in de vennootschapsbelasting (Vpb) verhoogd aftrekbaar (met een 'multiplier' van 1,50). De maximale extra aftrek door de multiplier is € 2.500. Daarboven geldt de reguliere aftrek met een maximum van 50% van de winst of € 100.000;
5. De wet doet de drempel voor giftenaftrek voor bedrijven verdwijnen, maar niet voor particulieren.²

3. theorieën over gedragseffecten

De veranderingen in het gedrag van belastingplichtigen en ANBI's in reactie op veranderingen in de aftrekbaarheid van giften kan voorspeld worden aan de hand van diverse theorieën. We veronderstellen hier dat zowel belastingplichtigen als ANBI's een afweging maken van de kosten en baten van hun gedragsalternatieven - maar daarbij beperkt worden door onvolledige informatie en deze gedragsalternatieven naar eigen maatstaven kunnen waarderen. Wanneer belastingplichtigen weten dat giften onder bepaalde voorwaarden aftrekbaar zijn en daardoor goedkoper worden zullen zij hun geefgedrag aanpassen aan deze voorwaarden wanneer hun behoefte aan giften nog niet vervuld is. De kern van deze theorie is de klassieke micro-economische theorie, die stelt dat de mate waarin een goed geconsumeerd wordt afhankelijk is van de prijs ervan. Wanneer de prijs van een goed daalt, stijgt de consumptie ervan. Hoewel burgers en bedrijven niet voor zichzelf³ een dienst kopen wanneer zij een gift doen - een gift is immers gedefinieerd als een geldelijke overdracht waarvoor in ruil geen dienst of tegenprestatie wordt geleverd - is het een vorm van consumptie: burgers en bedrijven besteden er geld aan. Naar schatting gaat het in Nederland om ongeveer € 1,9 miljard per jaar aan bestedingen door particulieren en om € 1,7 miljard door bedrijven.⁴

De Geefwet verlaagt de prijs voor de consumptie van giften aan één specifieke categorie van algemeen nut

beogende instellingen, namelijk culturele instellingen. Deze giften worden voor belastingplichtigen daardoor aantrekkelijker tegenover andere vormen van consumptie. Burgers en bedrijven die een (latente) vraag naar deze giften hebben zullen hun consumptie ervan daarom doen toenemen ten koste van andere consumptie. Welke consumptie zal afnemen wanneer de prijsverlaging van culturele giften plaatsvindt wordt niet door het theoretisch model omschreven. Het is een empirische vraag welke goederen buiten het 'boodschappenmandje' van de consument blijven als er culturele giften worden gedaan. Het is mogelijk dat andere vormen van geefgedrag afnemen als culturele giften toenemen, maar het is ook mogelijk dat andere vormen van consumptie zoals lidmaatschappen of bezoek aan culturele instellingen waaraan geen giften worden gedaan toenemen. Een eerste implicatie van deze theorie is dat prijseffecten optreden voor wie gemotiveerd is om te geven.

Een tweede implicatie houdt verband met de drempel voor de giftenaftrek. De IB kent een drempel voor giften. Deze drempel zorgt ervoor dat slechts een klein gedeelte van de particulieren de giftenaftrek gebruikt.⁵ Voor een periodieke schenking geldt de drempel niet, maar in de praktijk zijn periodieke schenkingen relatief grote giften. Dit betekent dat vooral de relatief grote gevers de aftrek benutten. Omdat de Geefwet de drempel voor particulieren niet wegneemt verandert de verhoogde aftrekbaarheid voor het grootste gedeelte van de particulieren in de praktijk weinig aan de prijs van culturele giften, omdat deze niet boven de drempel uit stijgen. Het wegnemen van de drempel voor bedrijven zorgt ervoor dat alle bedrijven gebruik mogen maken van de giftenaftrek, wanneer zij giften doen. De tweede implicatie van de theorie is dat de verhoogde aftrekbaarheid voor bedrijven alle giften aan cultuur stimuleert, maar voor particulieren alleen de relatief grotere giften.

Een belangrijke beperking van deze theorie is dat zij alleen gedragseffecten van prijsveranderingen beschrijft. In Nederland gaat de Geefwet in op een moment waarop de overheid sterk bezuinigt op cultuur. Bezuinigingen hebben niet alleen direct negatieve effecten op de inkomsten voor culturele instellingen, maar ook effecten op het geefgedrag. Deze effecten worden in de literatuur beschreven, met name in onderzoek over de Verenigde Staten, Canada en het Verenigd Koninkrijk.⁶ Samenvattend kan worden gesteld dat giften aan cultuur *toenemen* met de mate waarin de overheid subsidies verstrekt. Bezuinigingen op cultuur gaan in het buitenland samen met lagere in plaats van hogere giften. Of de effecten van bezuinigingen op cultuur op het geefgedrag aan deze sector in Nederland kunnen worden gecompenseerd door prijseffecten is een open vraag.

4. Onderzoek naar gedragseffecten

4.1. Volume-effecten

In welke mate zal de hoogte van het geefgedrag veranderen door de verhoogde aftrekbaarheid van culturele giften? Deze zogenoemde volume-effecten hangen af van de reactie van belastingplichtigen op veranderingen in de prijs van een gift wanneer de aftrekbaarheid verandert. Door economen is veel onderzoek gedaan naar prijseffecten op geefgedrag van particulieren.⁷ Er is veel minder onderzoek naar prijseffecten op geefgedrag van bedrijven.⁸ In Nederland lijkt de prijselasticiteit van geefgedrag door particulieren kleiner te zijn dan in het buitenland. Een evaluatie van de belastingdienst uit 2009 suggereert dat prijseffecten in Nederland niet significant zijn. De geschiktheid van de methodologie en de relevantie van de gegevens die zijn gebruikt in deze evaluatie zijn bekritiseerd.⁹ De evaluatie besteedt vooral aandacht aan prijseffecten op de kans dat particulieren de giftenaftrek gebruiken en minder aan de effecten op de hoogte van de aftrek. Onderzoek naar de prijseffecten onder particulieren die de giftenaftrek gebruiken geeft aan dat de prijselasticiteit ongeveer 1.00 is.¹⁰ Dit betekent dat het geefgedrag onder degenen die de giftenaftrek gebruiken net zo sterk toeneemt als de derving van de inkomstenbelasting. Wanneer deze prijselasticiteit ook voor de verhoogde aftrek geldt is zij 'schatkistefficiënt' ofwel budgetneutraal.

4.2. Prijseffecten op culturele giften

In Nederland is geen onderzoek gedaan dat specifiek was gericht op de prijselasticiteit van geefgedrag aan culturele instellingen. Dergelijk onderzoek is voorsnog onmogelijk omdat de gegevens daarvoor ontbreken. Data over giften van bedrijven zoals opgegeven in de Vpb worden tot dusver in het geheel niet door de Belastingdienst aan onderzoekers ter beschikking gesteld. Giften zoals opgegeven in de IB worden in de aangifte niet gespecificeerd en derhalve alleen als totaalbedrag aan onderzoekers ter beschikking gesteld. Het is niet bekend welk deel van de giften culturele giften zijn. In het tweejaarlijkse Geven in Nederland onderzoek dat door de Werkgroep Filantropische studies van de VU Amsterdam wordt uitgevoerd is het aantal waarnemingen van giften aan cultuur door huishoudens te klein (in combinatie met gegevens over gebruik van de aftrek) om over de prijselasticiteit van culturele giften uitspraken te doen. We kunnen deze gegevens wel gebruiken om het verband tussen culturele giften en andere giften in kaart te brengen. Hierdoor wordt inzicht gegeven in mogelijke verdringingseffecten.

In de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk is wel onderzoek gedaan naar prijseffecten op giften aan specifieke categorieën ANBI's. In geen enkele van deze studies is echter specifiek naar giften aan cultuur gekeken. Doorgaans zijn culturele giften opgenomen in een restgroep van giften aan 'overige organisaties' of 'seculiere giften' (in tegenstelling tot giften aan kerken of religieuze organisaties).¹¹ Het beeld dat naar voren komt uit dit onderzoek is echter niet eenduidig. Sommige studies laten zien dat de prijselasticiteit voor giften aan andere organisaties dan de kerk en religieuze organisaties groter zijn dan voor kerkelijke giften.¹² Twee andere studies suggereren juist dat het omgekeerde het geval is.¹³

Het ligt voor de hand dat in Nederland giften aan cultuur sterkere prijseffecten vertonen dan andere giften omdat rijke particulieren en bedrijven voor een groot deel van de giften aan cultuur verantwoordelijk zijn.¹⁴ Het is waarschijnlijk dat deze donateurs meer gepland en strategisch geven, mede op advies van belastingadviseurs. Deze gevers zullen zich sterker door materiële prikkels zoals de giftenaftrek laten leiden dan de 'reguliere' gever.¹⁵

Het is in theorie ook mogelijk dat de bezuinigingen op kunst en cultuur leiden tot een *compensatie-effect*. Wanneer burgers besluiten meer te gaan geven wanneer de overheid bezuinigt kan dit effect optreden. We hebben eerder opgemerkt dat dit patroon niet erg waarschijnlijk is omdat giften aan cultuur volgens onderzoek in het buitenland in de regel meebewegen met de omvang van overheidssubsidies. In het meest recente Geven in Nederland onderzoek is aan respondenten gevraagd of zij hun geefgedrag gaan aanpassen in reactie op bezuinigingen door de overheid. Het blijkt dat gevers aan kunst en cultuur niet erg sterk het voornemen vertonen bezuinigingen te gaan compenseren. Van degenen die aan kunst en cultuur gaven in 2009 ($n=165$, 10% van de respondenten) zei 12% bereid te zijn meer te gaan geven wanneer de overheid bezuinigt. Van degenen die in 2009 niet aan kunst en cultuur gaven ($n=1.600$, 90% van de respondenten) was dit 7%. Er waren echter ook respondenten die zeiden zelf ook minder te gaan geven als de overheid bezuinigt. Van degenen die aan kunst en cultuur gaven in 2009 zei 9% dit, tegen 10% van degenen die niet aan kunst en cultuur gaven. Deze verschillen zijn marginaal significant ($X^2 = 5,66$ ($df=2$), $p < .059$). Als de intenties van de Geven in Nederland respondenten een voorspellende waarde hebben voor het geefgedrag zal de hogere bereidheid om meer te gaan geven onder gevers aan cultuur per saldo nauwelijks een hoger totaalbedrag aan giften opleveren. Voor een schatting van het compensatie-effect is immers ook van belang hoeveel de gevers aan cultuur geven. Degenen die zeggen meer te gaan geven wanneer de overheid bezuinigt geven significant *minder* aan kunst en cultuur dan degenen die zeggen hun geefgedrag niet te veranderen of zelf ook te gaan bezuinigen. Integendeel: degenen die zeggen meer te gaan geven wanneer de overheid bezuinigt gaven in 2009 gemiddeld € 18 aan kunst en cultuur. Onder degenen die zeggen zelf ook te gaan bezuinigen is dat € 46. Dit verschil is significant (F-waarde 7,25 ($df=1$), $p < .011$).

4.3. Verdringingseffecten

In het debat over de Geefwet in de Eerste Kamer hebben de PvdA en D66 vragen gesteld over de mogelijke verschuiving van giften aan andere categorieën instellingen naar culturele instellingen. De Staatssecretaris van Financiën "verwacht niet dat deze [de verhoogde aftrekbaarheid, RB/EM] een dusdanig effect zal hebben dat giften aan andere ANBI's worden verdrongen" en noemt in dit verband het onderzoek Geven in Nederland, waaruit blijkt "dat van de circa € 2 miljard aan waargenomen particuliere giften, slechts € 33 mln. aan cultuur ten goede komt. Van «kannibalisatie» ten koste van giften aan andere goede doelen zal dan ook niet snel sprake zijn."¹⁶

Theoretisch hangt de mate van verdringing niet alleen af van de hoogte van giften aan cultuur, maar ook van de samenhang tussen de latente vraag naar culturele giften en andere giften. Nederlands onderzoek op dit terrein is er tot dusver echter niet. Er is welgeteld één studie over de Verenigde Staten die specifiek ingaat op verdringingseffecten.¹⁷ Uit analyses van data uit de *Panel Study of Income Dynamics* (PSID) over de periode 2001-2007 blijkt dat giften aan 'overige doelen' (waaronder cultuur) positief samenhangen met giften aan onderwijs en (in mindere mate) aan religieuze organisaties en de kerk, en negatief samenhangen met giften aan lokale welzijnsorganisaties.

Met de Geven in Nederland gegevens over giften in het kalenderjaar 2009 kunnen we uitspraken doen over de mate waarin giften aan verschillende soorten doelen met elkaar samenhangen. We hebben de gegevens van particulieren en bedrijven geanalyseerd om deze samenhang in kaart te brengen.¹⁸

De gegevens over particulieren laten zien dat 10% van de Nederlandse huishoudens geeft aan cultuur. Het gaat om relatief kleine giften: cultuur ontvangt slechts 2% van alle giften van huishoudens en staat daarmee samen met onderwijs en onderzoek en sport en recreatie op de laatste plaats.¹⁹ Uit de gegevens over bedrijven komt een heel ander beeld naar voren: 22% van de bedrijven geeft aan cultuur. Bedrijven doen juist relatief grote giften aan cultuur: cultuur ontvangt 16% van het door bedrijven ge doneerde bedrag en staat

daarmee samen met onderwijs en onderzoek (ook 16%) op de tweede plaats, na sport en recreatie (23%).²⁰

Onder particulieren blijkt de mobiliteit in culturele giften relatief hoog te zijn. Onder de Geven in Nederland respondenten die deelnamen aan de afgelopen twee edities van het onderzoek gaf slechts 4% aan cultuur in beide edities. Het percentage van de respondenten dat in 2007 of in 2009 aan cultuur gaf is bijna drie maal zo hoog (11%). Uit de gegevens over particulieren blijkt dat huishoudens die geven aan cultuur ook vaker geven aan andere categorieën doelen. Onder de groep huishoudens die culturele giften doen hangt de hoogte van culturele giften samen met de hoogte van giften aan andere doelen. Deze samenhang is redelijk sterk: de correlaties variëren tussen de .26 en .53. Voor particulieren die de drempel niet halen en die geen gebruik maken van de periodieke giftenaftrek maakt de verhoogde aftrek voor giften aan culturele instellingen het doen van giften op zichzelf niet aantrekkelijker. Voor hen verandert de prijs van giften immers niet. De verhoogde aftrekbaarheid kan wel tot verdringing leiden van giften aan andere doelen. Culturele giften vormen geen vast bestanddeel van het geefpatroon van Nederlandse huishoudens. Dit verhoogt de kans op verdringingseffecten.

Uit de gegevens over bedrijven blijkt dat bedrijven die culturele giften doen ook vaker geven aan gezondheid, sport en recreatie, en met name aan onderwijs en onderzoek en maatschappelijke en sociale doelen.²¹ Er is geen significante samenhang tussen culturele giften en giften aan kerk en levensbeschouwing, internationale hulp en milieu, natuur en dierenbescherming. Onder bedrijven die culturele giften doen hangt de hoogte van culturele giften samen met de hoogte van giften aan alle andere sectoren behalve kerk en levensbeschouwing. Deze samenhangen zijn sterk (correlaties van .49 tot .72). Deze bevindingen geven aan dat de voorkeur voor culturele giften samengaat met andere giften. Door de verhoogde aftrekbaarheid van culturele giften worden giften aan andere sectoren relatief minder aantrekkelijk en bestaat de kans op verdringing.

De verwachting van de Staatssecretaris van Financiën dat er niet snel sprake zal zijn van verdringingseffecten geldt met name voor particuliere giften. Door het behouden van de drempel spreekt de Geefwet slechts een klein gedeelte van de particuliere gevers in Nederland aan: de grote gevers die aan cultuur geven of willen geven. Voor bedrijven is de kans op verdringingseffecten groter omdat de drempel wordt weggenomen, bedrijven al vaker culturele giften doen, en de samenhang tussen de hoogte van culturele en andere giften onder bedrijven sterker is dan onder particulieren.

4.4. Organisatie-effecten

Ten slotte gaan we kort in op organisatie-effecten. In de praktijk zullen de volume- en verdringingseffecten van de Geefwet niet alleen afhankelijk zijn van donateurs maar ook van het gedrag van ANBI's. Niet alleen de verdeling van de cake kan veranderen, de cake kan ook worden vergroot. Ten eerste is het gedrag van de culturele instellingen van belang. Een belangrijke voorwaarde voor prijseffecten is dat belastingplichtigen van de verhoogde aftrekbaarheid op de hoogte zijn. Wanneer de culturele instellingen erin slagen de verhoogde aftrekbaarheid onder de aandacht te brengen van particulieren en met name van bedrijven - die door het wegnemen van de drempel voor de giftenaftrek alle culturele giften kunnen aftrekken - zal het volume-effect groter worden. Het is voor culturele instellingen daarom erg belangrijk de verhoogde aftrekbaarheid bekend te maken. Omdat de culturele sector niet erg gericht is geweest op fondsenwerving en communicatie met (potentiële) donateurs is in mei 2011 op de conferentie 'Cultuur in Beeld' een serie workshops georganiseerd over deze onderwerpen. Het succes van de Geefwet wordt mede bepaald door de mate waarin de sector erin slaagt de door het kabinet gewenste cultuuromslag te maken. ²² Deze cultuuromslag wordt vergemakkelijkt door een goede samenwerking tussen de culturele sector en de Ministeries van Financiën en Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

De verdringingseffecten hangen ook af van de classificatie van ANBI's. De definitie van 'culturele instellingen' wordt in de Geefwet niet scherp gegeven.²³

Voor ANBI's is het verstandig te onderzoeken of hun activiteiten als cultureel geassocieerd kunnen worden. Wanneer dat het geval is kunnen zij mogelijke verdringingseffecten vermijden.

5. Conclusie en discussie

We hebben in deze bijdrage de contouren geschetst van de mogelijke gedragseffecten van de Geefwet. De verhoogde aftrekbaarheid van culturele giften moet nog door de Europese Commissie worden goedgekeurd. Vanzelfsprekend zullen de gedragseffecten van de Geefwet veranderen wanneer de verhoogde aftrekbaarheid niet wordt toegestaan. Wanneer de verhoogde aftrekbaarheid van culturele giften ongewijzigd blijft verwachten we dat de *volume-effecten* voor particulieren beperkt zijn, maar voor bedrijven aanzienlijk kunnen zijn. De minister ziet de multiplier als "tijdelijke «tool» voor culturele instellingen om meer giften bij meer donateurs te werven". ²⁴ Van particulieren kunnen hogere giften verwacht worden door degenen die al gebruik maken van de giftenaftrek en giften aan culturele instellingen overwegen. Dit is een klein gedeelte

van het geefpubliek. Meer culturele donateurs zal de verhoogde aftrekbaarheid van culturele giften waarschijnlijk niet snel opleveren omdat de drempel voor de giftenaftrek behouden blijft. Van bedrijven kunnen zowel meer als hogere culturele giften verwacht worden omdat de drempel wordt weggenomen en de verhoogde aftrekbaarheid groter is.

De *verdringingseffecten* lijken voor particulieren kleiner te zijn dan voor bedrijven. Onder particulieren zit er veel beweging in culturele giften in de loop van de tijd, maar niettemin hangen zij vrij sterk samen met giften aan andere doelen. Het vaste culturele geefpubliek is relatief klein, maar het geefpotentieel voor cultuur is relatief groot. Deze potentiële donateurs zijn op dit moment vaker betrokken bij andere ANBI's. De verhoogde aftrekbaarheid maakt giften aan culturele instellingen relatief aantrekkelijker. Dat de Geefwet particulieren een relatief lage vermenigvuldigingsfactor (1,25) biedt en de drempel behoudt beperkt echter de verdringingseffecten. Onder bedrijven zullen sterkere verdringingseffecten optreden omdat de vermenigvuldigingsfactor groter is (1,50), de drempel wordt weggenomen, het culturele geefpubliek groter is, en de voorkeur voor culturele giften sterker samenhangt met giften aan andere sectoren.

Ten slotte hechten we eraan te onderstrepen dat de verwachtingen over gedragseffecten moeilijk hard te kwantificeren zijn door een gebrek aan gegevens over het gebruik van de giftenaftrek onder bedrijven en vermogende particulieren. Onderzoek naar de bekendheid van de verhoogde aftrekbaarheid en het geefgedrag van vermogende particulieren en bedrijven is nodig om een meer accurate voorspelling te geven van de gedragseffecten van de Geefwet.

Appendix bij 'Gedragseffecten van de Geefwet', door R. Bekkers & E. Mariani Analyses gegevens Geven in Nederland

In deze analyses zijn gegevens gebruikt over het geefgedrag van particulieren en bedrijven in het kalenderjaar 2009. Voor een volledige methodologische verantwoording van de gegevensverzameling verwijzen we naar de bijlage in *Geven in Nederland 2011*.²⁵ De gegevens over particulieren (n=1.765) en bedrijven (n=1.183) zijn gewogen.

Van de huishoudens rapporteert 10,3% culturele giften (n=165). Deze huishoudens zeggen op jaarbasis gemiddeld € 40 te geven. Van de bedrijven rapporteert 6,6% culturele giften (n=78). Deze bedrijven zeggen op jaarbasis gemiddeld € 480 te geven. Voor een goed begrip van de cijfers is het van belang dat we sponsoring door bedrijven op het gebied van kunst en cultuur niet hebben meegerekend. Van alle bedrijven die giften doen gebruikt 29% (n=137) giftenaftrek. 55% gebruikt de aftrek niet en 16% zegt het niet te weten. Om vertekening door uitschieters te voorkomen zijn gerapporteerde giften hoger dan € 50.000 buiten beschouwing gelaten.

In tabel 1 zijn de verbanden weergegeven tussen giften in de sector 'kunst en cultuur' en giften aan andere soorten doelen. De tabel laat de percentages van de particulieren die giften hebben gedaan in de sectoren kerk en levensbeschouwing, gezondheid, internationale hulp, milieu, natuur, dierenbescherming, onderwijs en onderzoek, sport en recreatie, en maatschappelijke en sociale doelen. We laten twee percentages zien: het percentage van de gevers aan deze doelen dat geen culturele giften heeft gedaan (de kolom 'niet') en het percentage van de gevers aan deze doelen dat wel culturele giften heeft gedaan. De odds ratio drukt de sterkte van het verband uit tussen culturele en andere giften. De odds ratio wordt berekend door de kansverhouding op een culturele gift onder degenen die geen giften hebben gedaan aan een bepaald ander doel te delen op de kansverhouding onder degenen die wel giften aan dit doel hebben gedaan en houdt rekening met de vaak scheve verdeling van aantallen respondenten. Een odds ratio van 1 duidt erop dat er geen verband is tussen culturele giften en andere giften (de kansverhoudingen zijn dan gelijk); een odds ratio kleiner dan 1 duidt op een negatieve samenhang en een odds ratio van groter dan 1 duidt op een positieve samenhang. In de laatste kolom is de significantie (*p*) van de overschrijdingskans voor de odds ratio weergegeven, die aangeeft wat de kans is dat het verband op toeval berust. Een significante odds ratio betekent dat de kans dat het verband op toeval berust relatief klein is (respectievelijk 10, 5, 1 of 0,1%, aangegeven met sterretjes).

In de gegevens over huishoudens zien we significante verbanden tussen culturele giften en giften aan ANBI's in alle andere categorieën: huishoudens die culturele giften doen, doen ook vaker giften aan andere categorieën ANBI's. Het sterkst zijn de verbanden met giften aan internationale hulp, onderwijs en onderzoek en milieu. Het zwakst zijn de verbanden met giften aan dierenbeschermingsorganisaties.

In de gegevens over bedrijven zien we significante verbanden tussen culturele giften en giften aan ANBI's in de categorieën onderwijs en onderzoek, maatschappelijke en sociale doelen, gezondheid, en sport en recreatie. Het verband met giften aan ANBI's op het terrein van internationale hulp, milieu, natuur en dierenbescherming (deze doelen zijn niet apart onderscheiden in de vragenlijst voor bedrijven) en kerk en levensbeschouwing is niet significant.

Tabel 1. Samenhang tussen culturele en andere giften door particulieren en bedrijven

<i>Particulieren</i>	<i>Bedrijven</i>
odds	odds

	niet	wel ratio <i>p</i>	niet	wel ratio <i>p</i>
Kerk en levensbeschouwing	31,5	54,12,57 ***	5,0	5,1 1,03
Gezondheid	78,4	91,22,84 ***	15,7	37,23,17 ***
Internationale hulp	37,1	66,53,37 ***	6,1	9,0 1,53
Milieu	16,2	37,63,12 ***		
Natuur	29,5	52,22,61 ***	9,4	12,8 1,41
Dieren	24,9	34,3 1,57 **		
Onderwijs en onderzoek	6,3	17,73,26 ***	1,4	9,0 6,70 ***
Sport en recreatie	14,1	32,62,94 ***	12,7	26,92,54 ***
Maatschappelijke en sociale doelen	39,5	63,02,60 ***	8,1	35,96,39 ***

*** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$; (*) $p < .10$.

Tabel 2 laat zien wat de gemiddelde giften zijn van particulieren en bedrijven die geven aan cultuur (kolom 'wel') of niet geven aan cultuur (kolom 'niet') aan ANBI's in andere categorieën.

Tabel 2. Samenhang tussen culturele giften en totaalbedrag aan giften in andere sectoren

	<i>Particulieren</i>			<i>Bedrijven</i>		
	niet	wel <i>F</i>	<i>p</i>	Niet	wel <i>F</i>	<i>p</i>
Kerk en levensbeschouwing	380	406	1.65	316	363	4.37 *
Gezondheid	47	88	40.29 ***	201	123	1.46
Internationale hulp	76	86	2.47	409	315	.31
Milieu	40	35	.07			
Natuur	35	42	4.30 *	194	135	.01
Dieren	26	24	.07			
Onderwijs en onderzoek	60	52	.09	900	517	.11
Sport en recreatie	35	59	.51	532	1571	11.00 ***
Maatschappelijke en sociale doelen	28	30	.89	229	427	13.76 ***
Totaal exclusief kunst en cultuur	195	387	50.75 ***	636	957	.01

< .05; (*) $p < .10$. *** $p < .001$; ** $p < .01$; * p

De F-waarden en bijbehorende overschrijdingskansen (p) hebben betrekking op de toets op het verschil in gemiddelden van de natuurlijke logaritme van giften. De logaritmische transformatie verkleint de kans dat uitschieters de correlatie bepalen.

In tabel 2 zien we dat huishoudens die culturele giften doen significant hogere bedragen geven aan gezondheid en natuur. Wanneer we alle andere categorieën bij elkaar optellen geven huishoudens die culturele giften doen meer dan huishoudens die geen culturele giften doen (€387 tegen €195). Bedrijven die culturele giften doen geven meer aan kerk en levensbeschouwing, sport en recreatie, en maatschappelijke en sociale doelen. Met name bij de laatste twee doelen zijn de verschillen aanzienlijk.

Tabel 3. Correlaties tussen hoogte van culturele giften en giften in andere sectoren

	<i>Particulieren</i>			<i>Bedrijven</i>		
	<i>r</i>	<i>n</i>	<i>p</i>	<i>r</i>	<i>n</i>	<i>p</i>
Kerk en levensbeschouwing	.290	80	***	-.579	4	
Gezondheid	.369	141	***	-.659	26	***
Internationale hulp	.502	106	***	-.685	5	
Milieu	.529	61	***			

Natuur	.283	84 **	-.724	10 *
Dieren	.491	57 ***		
Onderwijs en onderzoek	.448	29 ***	-.489	6
Sport en recreatie	.296	49 *	-.695	20 ***
Maatschappelijke en sociale doelen	.401	102 ***	-.592	28 ***
Totaal exclusief kunst en cultuur	.264	160 ***	-.697	58 ***

*** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$; (*) $p < .10$.

In tabel 3 staan de correlaties (r) tussen de hoogte van culturele giften en giften in andere sectoren onder de huishoudens en bedrijven. Met één uitzondering (voor de 4 bedrijven die zowel aan kerk en levensbeschouwing als aan cultuur geven) zien we louter positieve correlaties. Deze verbanden zijn vrij sterk.

Voetnoten

1. We gaan in deze bijdrage niet in op de maatschappelijke en politieke achtergronden van de Geefwet, maar verwijzen voor een beschrijving daarvan naar andere bijdragen in dit themanummer. Evenmin gaan we in op de nieuwe rapportage regels voor ANBI's en de vrijwilligersvergoeding.
2. We spreken hieronder generiek over particulieren en bedrijven tezamen als 'belastingplichtigen'.
3. Men zou wel kunnen stellen dat donateurs met een gift een (gedeeltelijke) realisering van de doelen van de ANBI kopen. Daarbij spelen volgens de literatuur over geefgedrag ook 'bijproducten' een rol, zoals reputatie en een goed gevoel.
4. Schuyt, T.N.M., Gouw enberg, B.M. & Bekkers, R. (2011). *Geven in Nederland 2011: Giften, Legaten, Sponsoring en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business, p. 11.
5. Bekkers, R. & Mariani, E.E. (2009). 'Het gebruik van de giftenaftrek in Nederland, 1977-2007', p. 176-185 in: Schuyt, T.N.M., Gouw enberg, B.M. & Bekkers, R. (Eds.). *Geven in Nederland 2009: Giften, Sponsoring, Legaten en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business.
6. Voor een overzicht van de studies die op dit terrein verschenen zijn tot 2007 zie p. 936 en p. 949-951 in Bekkers, R. & Wiepking, P. (2011). 'A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms that Drive Charitable Giving'. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5): 924-973.
7. Voor een overzicht zie p. 932-933 en p. 948-949 in Bekkers & Wiepking (2011).
8. In de VS worden sterke negatieve prijseffecten gevonden (Clotfelter, C. (1985). *Federal Tax Policy and Charitable Giving*. Chicago: The University of Chicago Press; Boatsman, J.R. & Gupta, S. (1996). 'Taxes and Corporate Charity: Empirical Evidence from Micro-level Panel Data.' *National Tax Journal*, 49 (2): 193-213; Carroll, R., & Joulfaian, D. (2005). 'Taxes and Corporate Giving to Charity.' *Public Finance Review*, 33(3): 300-317). In Canada bestaat een sterke prijselasticiteit van totale bedrijfsgiften, maar juist geen enkel prijseffect voor giften aan kunst en cultuur (Day, K.M. & Devlin, R.A. (2004). Do Government Expenditures Crowd Out Corporate Contributions? *Public Finance Review*, 32(4): 404-425). Er worden in Canada ook substantiële crowding-in effecten gevonden: wanneer overheidssubsidies toenemen, nemen bedrijfsgiften ook toe. Dit geldt met name voor bedrijfsgiften aan kunst en cultuur. In het Verenigd Koninkrijk worden prijseffecten tussen de -0.60 en -0.70 gevonden, die aardig in lijn zijn met de literatuur over prijseffecten onder particulieren (Arulampalam, W. & Stoneman, P. (1995). 'An investigation into the givings by large corporate donors to UK charities, 1979-86'. *Applied Economics*, 27 (10): 935-945).
9. Bekkers, R. (2010). 'Giftenaftrek in Nederland: evaluatiemethoden en hun interpretatie'. *Weekblad Fiscaal Recht*, 139 (6873): 1140-1148.
10. Bekkers, R. & Mariani, E. (2009). 'Treasury Efficiency of the Charitable Deduction in the Netherlands.' Paper gepresenteerd op de conferentie Economics of Charitable Giving, Mannheim, 8-9 oktober 2009; Bekkers, R. (2010). 'Peer Effects in the Dynamics of Charitable Giving.' Paper gepresenteerd op de op het 39ste Arnova Congres, Alexandria, 18-20 november 2010.
11. De studies over het Verenigd Koninkrijk (Khanna, J., Posnett, J. & Sandler, T. (1995). 'Charity donations in the UK: New evidence based on panel data'. *Journal of Public Economics*, 56: 257-272; en Khanna, J. & Sandler, T. (2000). 'Partners in Giving: The Crowding-In Effects of Government Grants'. *European Economic Review*, 44: 1543-1556) gebruiken data waarin cultuur in het geheel niet voorkomt.
12. Zie bijvoorbeeld Helms, S. & Thornton, J. (2008). 'The Influence of Religiosity on Charitable Behavior: A COPPS Investigation'. SSRN Working Paper; McClelland, R., & Kokoski, M. F. (1994). 'Econometric issues in the analysis of charitable giving'. *Public Finance Quarterly*, 22, 498-517.
13. Backus, P. (2010). 'Is Charity a Homogeneous Good?' Warwick Economic Research Papers, No 951, University of Warwick: Department of Economics.; Reinstein, D. (2011). 'Does One Charitable Contribution Come at the Expense of Another?' *The B.E., Journal of Economic Analysis & Policy*, 11 (1), Article 40.
14. Voor bedrijven zie: De Gilder & Schuyt (2011); voor vermogende particulieren zie: Boonstoppel, E. & Wiepking, P. (2011). 'Geven door vermogende Nederlanders', p. 165-185 in: Schuyt, T.N.M., Gouw enberg, B.M. & Bekkers, R. (Eds.). *Geven in Nederland 2011: Giften, Sponsoring, Legaten en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business.
15. Bekkers & Wiepking (2011, p. 950) concluderen in hun overzicht van de literatuur over prijseffecten dat prijseffecten groter zijn onder hogere inkomens.
16. *Kamerstukken I* 2011/12, 33 003, nr. D p. 37.
17. Reinstein (2011).

18. Een volledig rapport van deze analyses is online beschikbaar op <http://renebekkers.wordpress.com/charitable-deduction>. We benadrukken dat deze analyses minder verfijnd zijn dan die van Reinstein (2011) omdat we geen rekening hebben gehouden met mogelijke versturende factoren, zoals inkomen, vermogen en macro-economische ontwikkelingen.
19. Bekkers, R. & Boonstoppel, E. (2011). 'Geven door huishoudens', p. 31-59 in: Schuyt, T.N.M., Gouw enberg, B.M. & Bekkers, R. (Eds.). *Geven in Nederland 2011: Giften, Sponsoring, Legaten en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business, p. 37.
20. De Gilder, T.C. & Schuyt, T.N.M. (2009). 'Giften en sponsoring door bedrijven', p. 74-88 in: Schuyt, T.N.M., Gouw enberg, B.M. & Bekkers, R. (Eds.). In: *Geven in Nederland 2009: Giften, Sponsoring, Legaten en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business.
21. Onder bedrijven kunnen we de mobiliteit niet bepalen door een gebrek aan longitudinale gegevens.
22. Zie het convenant 'Ruimte voor geven' dat tussen het kabinet en de filantropische sector is gesloten op 21 juni 2011.
23. Art. 5b lid 4 Algemene wet inzake rijksbelastingen, 'Een algemeen nut beogende instelling die zich uitsluitend of nagenoeg uitsluitend richt op cultuur, kan verzoeken tevens te worden aangemerkt als culturele instelling.'
24. *Kamerstukken I* 2011/12, 33 003, nr. D p. 37.
25. Schuyt, T.N.M., Gouw enberg, B.M. & Bekkers, R. (2011). *Geven in Nederland 2011: Giften, Legaten, Sponsoring en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business, p. 207-225.